

TESIS  
2534

## **SEMINARIO DE INVESTIGACION:**

---

### **La influencia de los Estados Unidos en la Publicidad Argentina**

---



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

**Profesora: Sra Maria Teresa Baquerin**

---

**Alumno: Jorge Hernan Armanini**

---

**1992**

# Contenido

A large, light gray watermark of the USAL logo is centered behind the title. The logo features a shield with a cross on top, a bird in the center, and a banner at the bottom. The letters 'USAL' are integrated into the top part of the shield.

---

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

EL TEMA

LOS OBJETIVOS

LAS HIPÓTESIS

DEFINICION DE CONCEPTOS

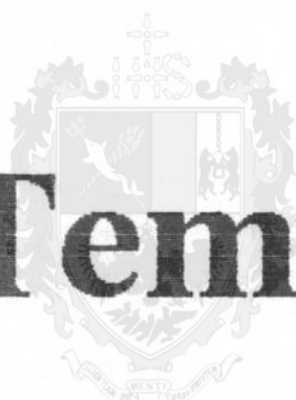
LA METODOLOGIA

INTRODUCCION

MIS PRIMERAS NOCIONES DE LA PUBLICIDAD	CAPITULO I
DEFINICIONES DE PUBLICIDAD	CAPITULO II
UNA VISITA A DAVID RATTO	CAPITULO III
EL GRAN CAMBIO DEL MARKETING	CAPITULO IV
EL MARKETING DIRECTO	CAPITULO V
PROMOCIONES Y ALGO MAS	CAPITULO VI
THE MONEY MAKERS OPPORTUNITIES	CAPITULO VII
¿ BUENOS AIRES CITY?	CAPITULO VIII
LA INFLUENCIA Y LA CREATIVIDAD	CAPITULO IX
LAS SOCIEDADES Y LOS CONSUMIDORES	CAPITULO X
ESTADOS UNIDOS: EL GRANDE	CAPITULO XI
CONCLUSIONES	CAPITULO XII
RESUMEN	
DEMOSTRACIONES DE LAS HIPOTESIS	
ALGUNOS AVISOS DE GRAFICA	
BIBLIOGRAFIA UTILIZADA	



# El Tema



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

El tema elegido para el desarrollo del siguiente trabajo, es acerca de la influencia de los Estados Unidos en la publicidad Argentina en la sociedad y el consumidor.

La selección surgió entre el tema mencionado y otros dos:  
Los alcances de la publicidad Subliminal y la publicidad comparativa.

Opté por el tema elegido porque lo considero muy importante como para que no exista demasiado material ( para no decir escaso) escrito y analizado acerca del mismo.

Además, considerando la notable influencia que existe. No puedo dejar pasar por alto la posibilidad de dedicarle todo un trabajo.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



# Los Objetivos

---

UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Conocer el porque de ésta influencia. Y el porqué de la tendencia de los consumidores argentinos y de nuestra sociedad (principalmente y en gran número, los jóvenes) a adoptar, copiar, imitar, items, usos y costumbre de los Estados Unidos.

Estudiar a nuestra publicidad y al consumidor argentino.

Conocer la verdadera identidad del consumidor argentino.

Definir claramente como se realiza esta influencia.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# Las Hipotesis



---

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



Es muy difícil reconocer un estilo propio en la publicidad Argentina, con características y formas propias y exclusivas.

Los jóvenes tienen una vistosa tendencia hacia lo yanky y buscan imitar copiar en ciertos aspectos.

Lo yanky (su estilo) vende más, pega más, y probablemente da más posibilidades de éxito. Y sino menos posibilidades de fracaso-rechazo.

La influencia es lógica. Debido a que son una potencia en todo sentido y consecuentemente la publicidad no esta marginada a ello.

Hay una especie de mitología de que lo "importado" es mejor y marca un cierto prestigio ( Nivel ).



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# Definicion de Conceptos



---

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR